



CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA –
UnICEUB FACULDADE DE TECNOLOGIA E
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
CURSO: COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO: JORNALISMO

AMY WINEHOUSE NA ROLLING STONE BRASIL:

A morte e a construção midiática do mito

ALISSON DE OLIVEIRA AZEVEDO

RA 20867480

BRASÍLIA

2012

ALISSON DE OLIVEIRA AZEVEDO

AMY WINEHOUSE NA ROLLING STONE BRASIL:

A morte e a construção midiática do mito

Trabalho apresentado ao Centro Universitário de Brasília como pré-requisito para a obtenção de certificado de conclusão de curso de graduação.
Orientadora: Prof^a. Carolina Assunção e Alves

BRASÍLIA

2012

ALISSON DE OLIVEIRA AZEVEDO

AMY WINEHOUSE NA ROLLING STONE BRASIL:

A morte e a construção midiática do mito

Trabalho apresentado ao Centro Universitário de
Brasília como pré-requisito para a obtenção de
certificado de conclusão de curso de graduação.
Orientadora: Prof^a. Carolina Assunção e Alves

Brasília, 12 de Junho de 2012

Banca Examinadora

Prof^a. Carolina Assunção Alves
Orientadora

Prof^a. Bruno Nalon

Prof^a Úrsula Diesel

Confie em si mesmo,
Quem acredita, sempre alcança [...]

Renato Russo – Mais uma vez

RESUMO

Esta pesquisa tenta compreender a relação da morte com a construção do mito no caso da cantora Amy Winehouse. Em análise de conteúdo de reportagens da versão brasileira da Revista Rolling Stone, são aplicadas os conceitos de indústria cultural, mito e celebridades dos autores Roland Barthes (1980), Gabriel Cohn (1978), Chris Rojek (2001). Uma edição especial de colecionador da Rolling Stone Brasil e uma matéria após alguns meses da morte da cantora formam objetos de estudo deste trabalho.

Palavras-chave: Amy Winehouse. Revista. Rolling Stone. Brasil. Morte. Mito.

SUMÁRIO

1 - INTRODUÇÃO	5
2 - INDÚSTRIA CULTURAL	9
3 - MITO	12
4 - VISIBILIDADE	15
4.1 - O público e o privado	15
4.2 - Celebidades	16
4.3 - Gafes e escândalos	17
5 - METODOLOGIA	19
6 - AMY WINEHOUSE	21
7 - REVISTA ROLLING STONE	23
7.1 - Revista Rolling Stone Brasil	23
7.2 - Revista Rolling Stone e Amy Winehouse	23
7.3 - Edição 59 – Matéria 1	24
7.4 - Edição 59 - Matéria 2	27
7.5 - Edição 63 – Matéria 3	29
CONSIDERAÇÕES FINAIS	31
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	33
ANEXOS	35

1 - INTRODUÇÃO

Alguns artistas geram polêmica através de escândalos na vida pessoal, outros por suas músicas ou apenas pela imagem forte e controversa.

A mídia busca notícias das celebridades em evidência e isso, por muitas vezes, acaba sufocando a pessoa por trás da imagem que a própria mídia criou. Assim muitas vezes o artista em questão não aguenta a pressão, devido ao assédio da imprensa. A indústria cultural precisa do produto, no caso a pessoa pública e a notícia, para vender, e essa busca por fatos muitas vezes passa do limite, levando então o artista a cometer gafes e escândalos. Esses acontecimentos acabam sendo associados à figura pública em questão, marcando assim a imagem da mesma.

Amy Winehouse foi uma artista completa musicalmente, compositora e intérprete de grandes canções que ficaram eternizadas no mundo da música, como *Rehab*, e cujo refrão da música ela canta “*They tried to make me go to rehab, but I said 'no, no, no'. Yes, I've been black, but when I come back, You'll know-know-know. I ain't got the time, and if my daddy thinks I'm fine. He's tried to make me go to rehab, but I won't go-go-go...*”¹, e assim outras canções, como *Back To Black* também marcaram a carreira de Amy. A vida pessoal também era foco da mídia, pelas aparições públicas e pelos escândalos protagonizados por ela. Essa mistura de genialidade musical e desastre na vida pessoal cria ao redor de Amy Winehouse uma superexposição. O objetivo desta pesquisa é verificar se a superexposição é suficiente para a mitificação da cantora britânica no caso de uma revista especializada na cultura pop, como a Rolling Stone Brasil, analisando as matérias das edições 59 e 63, ambas de 2011.

¹ Tradução: Tentaram me mandar pra reabilitação, eu disse "não, não, não". É, eu estive meio caída, mas quando eu voltar, vocês vão saber, saber, saber. Eu não tenho tempo. E mesmo meu pai pensando que eu estou bem. Ele tentou me mandar pra reabilitação, mas eu não vou, vou, vou... Fonte: <http://letras.terra.com.br/amy-winehouse/858528/traducao.html>

A imagem de Amy Winehouse é forte, roupas no estilo *retro*², cabelo volumoso e estilo de música marcam a imagem intensa dela. Isso fez com que muitos fãs copiassem o estilo Amy Winehouse de se vestir, tamanha a influência e alguns casos até o estilo de vida. Mas não somente o visual definia Amy, mas a vida pessoal conturbada contribuiu e muito para formar a imagem da Amy e também para a construção do mito chamado Amy Winehouse.

Com sucessos musicais, a cantora conseguiu através da mídia, que tinha interesse nela por causa do grande sucesso das vendas de discos, passar uma imagem de uma mulher talentosa, mas sempre ligada a polêmicas, com escândalos na vida sentimental, uso e abuso de drogas, internações em clínicas de reabilitação e até aparições públicas constrangedoras.

No meio musical, Amy teve espaço e em revistas especializadas no assunto. A revista Rolling Stone tem prestígio na indústria da música e, no Brasil, existe a versão brasileira que tem destaque no mercado musical do país. A Rolling Stone Brasil fez uma edição especial, para colecionador, logo após a morte da cantora.

A importância deste estudo reside em mostrar como um artista com grande exposição e persuasão consegue, de forma precisa, influenciar outras pessoas e fazer com que a mídia a siga, que tudo o que ela faça, vista ou diga, seja motivo para grande repercussão. O incessante foco em um determinado artista acaba capturando e expondo todas as qualidades, defeitos, gestos marcantes, como passar a mão no cabelo de uma determinada maneira, uma piscada, uma pose, jeito de andar, entre outros e esses particulares vão criando uma imagem e sendo ligadas ao sujeito.

Amy Winehouse, com sua importância na indústria da música, conseguiu conquistar fãs pelo mundo todo, se tornando uma diva, influenciando artistas, arrastando pessoas por onde ia pelo mundo e não sendo esquecida jamais. Amy Winehouse é aquele tipo de cantora que marcou uma geração. É um

² O blog de moda da consultora de moda e estilo, Rachel Krishna, usa o Dicionário da moda Retrô para definir o que é a moda retrô: do latim “retro” (para trás). Termo usado para nomear tendência, de qualquer período, que volta a ficar na moda. Fonte: <http://blogpop.com.br/mulher/moda-vintage-retro/>

ícone da música contemporânea, em especial do jazz, soul e R&B, e que influenciou uma geração de jovens a gostar e a escutar música.

A revista Rolling Stone Brasil trouxe matérias depois de morte da Amy Winehouse em uma edição especial para colecionadores, e nessas matérias é contada a vida de Amy, seus escândalos pessoais, mas principalmente música e trabalho. Essa edição da revista mostra toda a história e trajetória no mundo da música. Meses depois da morte da cantora, uma matéria específica sobre Amy, em outra publicação, fala um pouco sobre a morte dela, e afirma que Amy servirá de exemplo e inspiração para gerações futuras.

É importante entender como as matérias em uma revista de renome e especializada em música podem ter influência sobre a maneira como determinadas pessoas são vistas, mistificando-as. É o que será estudado no caso de Amy Winehouse.

O objetivo geral deste trabalho é verificar se através das matérias da revista Rolling Stone Brasil, das edições 59 (Edição de colecionador, Agosto de 2011) e 63 (Dezembro de 2011), são suficientes para a mitificação da cantora Amy Winehouse.

Este estudo também pretende mostrar como, através da morte de um artista, notícias e entrevistas podem criar e/ou transformar a pessoa em um mito, no caso Amy Winehouse.

Muito do que acontecia com Amy Winehouse virava notícia, de sites especializados em música a jornais sensacionalistas publicavam matérias comentando tudo a respeito da cantora. Como essas matérias ajudam a criar o “mito” chamado Amy Winehouse? O poder da mídia, junto com a velocidade da internet, fornece acesso fácil a qualquer tipo de informação em questão de segundos. Isso para alguém que está em evidência significa que tudo e todos podem saber o que quiserem de suas vidas.

Para os fãs e admiradores fica fácil conhecer a vida social e íntima do artista que eles idolatram e saber tudo sobre os mesmos.

A hipótese a ser verificada nesta pesquisa é se a mídia constrói um mito, neste caso, a cantora. Com o prestígio da revista Rolling Stone no mundo da indústria cultural, aliado ao grande sucesso e fenômeno chamado Amy Winehouse, as matérias sobre ela na revista podem ter criado um ar místico ao redor dela.

No primeiro capítulo o tema abordado será a Indústria Cultural, o Mito e a o tema Visibilidade. Os subitens de Visibilidade, o público e o privado, as celebridades e gafes e escândalos. No segundo capítulo, será apresentada a metodologia do trabalho, a análise de conteúdo. No terceiro capítulo já começa a análise, primeiramente falando sobre a cantora britânica Amy Winehouse; o quarto é sobre a Revista Rolling Stone Brasil. Logo após no quinto capítulo as matérias escolhidas são analisadas. Por último vêm as considerações finais, referências bibliográficas e os anexos.

2 – Indústria Cultural

O termo Indústria Cultural, que antes era chamado de “cultura de massa”, foi criado pelos alemães Theodor W. Adorno e Max Horkheimer, da Escola de Frankfurt. O conceito Indústria Cultural é citado pela primeira vez no livro *Dialektik der Aufklärung* de 1947. A “cultura de massa” remete ao povo e seus costumes e não tem a intenção de ser comercializada. Esse termo foi substituído por “indústria cultural” para extinguir previamente a interpretação que agrada aos que defendem a “cultura de massa”; uma cultura que surge de forma espontânea das massas, da forma atual da arte popular. A indústria cultural não é direcionada apenas para uma pequena parcela das pessoas e sim para atingir a grande massa. É através dos *mass media* (meios de comunicação de massa) que acontece esse impacto. Segundo Silva,

É importante frisar que a grande força da *Indústria Cultural* se verifica em proporcionar ao homem necessidades. Mas, não aquelas necessidades básicas para se viver dignamente (casa, comida, lazer, educação, e assim por diante) e, sim, as necessidades do sistema vigente (consumir incessantemente). Com isso, o consumidor viverá sempre insatisfeito, querendo, constantemente, consumir e o campo de consumo se torna cada vez maior. (2002, p.1)³

Adorno afirma que as pessoas não são o elemento principal da indústria, mas sim o secundário.

[...] a indústria cultural inegavelmente especula sobre o estado de consciência e inconsciência de milhões de pessoas às quais ela se dirige, as massas não são, então, o fator primeiro, mas um elemento secundário, um elemento de cálculo; acessório da maquinaria. O consumidor não é rei, como a indústria cultural gostaria de fazer crer, ele não é o sujeito dessa indústria, mas seu objeto. (ADORNO *apud* COHN, 1978, p.288).

O que está em foco na indústria cultural é o capitalismo, o lucro com os produtos, a cultura não é transmitida apenas como arte para o receptor, ou seja, é um negócio altamente rentável. O mercado rotula e padroniza os

³ http://www.urutagua.uem.br//04fil_silva.htm

produtos para, assim, fazer uma separação de público e gostos, não para ajudar e sim para padronizar os consumidores, como Wolf esclarece "[...] o mercado de massa impõe padronização e organização: os gostos do público e suas necessidades impõem estereótipos e baixa qualidade." (WOLF, 2003, p.76).

Na indústria musical existe uma padronização do produto, mas funciona de maneira diferente, pois existem diversos estilos musicais.

[...] é necessário que cada um tenha sua originalidade e individualização, mesmo que os padrões sejam freqüentemente homogeneizados pelos veículos de comunicação de massa.

No entanto, a indústria cultural cria padrões, clichês e transforma arquétipos em estereótipos. Isso significa que os modelos pelos quais uma obra ou material intelectual são feitos se transformam em produtos culturais fabricados em série, a partir de padrões pré-estabelecidos. Com a condição de que esses produtos possuam o mínimo de individualidade. (ALVES, 2011, p.11-12).

Aquele que é diferente chama a atenção, e isso que faz com que um cantor/cantora/banda se destaque no mercado musical, mas o produto de certa forma é padronizado, embora tenha destaque em relação aos demais.

[...] em determinado momento precisa-se de mais, precisa-se da invenção. É aqui que a produção não chega a abafar a criação, que a burocracia é obrigada a procurar a invenção, que o padrão se detém para ser aperfeiçoado pela originalidade (MORIN *apud* ALVES, 2011).

Amy Winehouse é um exemplo disso, usando roupas estilo *retro*, uma peruca enorme, tatuagens pelo corpo, um visual diferente de tudo o que havia no mercado, mas não era só o estilo de se vestir que chamava a atenção, Amy cantava Jazz/Soul, um estilo musical até então deixado de lado pela grande massa. A música Jazz foi resgatada dos anos 1950 para os anos 2000, por uma cantora com visual forte, uma voz poderosa e uma personalidade tímida, então Amy Winehouse, reunia todos os fatores necessários para chamar a atenção e vender.

Outro exemplo na indústria musical é Stefani Joanne Angelina Germanotta, a Lady Gaga. Ela surgiu em 2008 e no primeiro álbum *The Fame*, ela era apenas uma nova cantora de música pop, loira, que usava roupas sensuais e que, até então, estava padronizada no mercado. A partir do segundo álbum, o *The Fame Monster*, Lady Gaga muda a imagem e começa a usar roupas diferentes da maioria das cantoras do universo pop, começou a aparecer também com cabelos diferentes e a fazer performances peculiares. Gaga, em uma apresentação na premiação da MTV americana, o *Vídeo Music Awards*, em 2009 “sangrou” no palco ao cantar a música *Paparazzi*, onde usou um líquido vermelho parecido com sangue, e no ano de 2011 na mesma premiação, usou um vestido de carne. Atualmente ela está no terceiro álbum, o *Born This Way*, e adotou um estilo mais bizarro de se vestir, chamado *camp*. Isso fez com que ganhasse notoriedade e destaque. Gaga usa roupa das grifes mais conceituadas do mundo, muitos estilistas querem que ela use seus modelos, justamente por ela ser um produto da indústria cultural que agora é referência, e por isso vende muito, tanto a música, como o que ela usa, veste, o cabelo e todos os produtos.

Como o próprio Adorno afirma, o produto é vendido e mostrado de acordo com o que a indústria está vendendo, e não pelo conteúdo em si, “As mercadorias culturais da indústria se orientam, como disseram Brecht e Suhrkamp há já trinta anos, segundo o princípio de sua comercialização e não segundo seu próprio conteúdo e sua figuração adequada” (ADORNO, 1978, p. 288).

O produto na indústria cultural ganha força e destaque para ser comercializado justamente por ser original, por ter a marca que o diferencia dos demais.

Cada produto apresenta-se como individual; a individualidade mesmo contribui para o fortalecimento da ideologia, na medida em que se desperta a ilusão de que o que é coisificado e mediatizado é um refúgio de imediatismo e de vida. A indústria cultural mantém-se como na origem “a serviço” das terceiras pessoas, e mantém sua afinidade com o superado processo de circulação do capital, que é o comércio, no qual tem origem (ADORNO *apud* COHN, 1978, p. 289-290).

A arte em si perdeu seu valor artístico, sua essência, não sendo mais produzida para ser apreciada e sim para ser comercializada, tornando-se um produto e seu consumo massificado, pelos meios de comunicação. De acordo com Fernanda Marins “[...] conclui-se que indústria cultural é uma cadeia infinita que segue uma seqüência de: reprodução, venda, lucro, mais produção, e assim por diante, se tornando uma teia envolvente”⁴.

A indústria cultural busca fornecer um produto que cativa o público, que tenha uma importância para essa indústria e que gere lucros.

3 – Mito

A palavra mito vem do grego mythos (μῦθος), que significa narrativa ou discurso, independentemente do julgamento da história, se é real ou não. Roland Barthes defende que o mito é uma fala. Ele ainda diz que “o mito é um sistema de comunicação, é uma mensagem (BARTHES, 1980, p.131). Em outras palavras, então tudo pode ser um mito? Segundo Barthes, sim, tudo pode ser um mito.

Cada objeto do mundo pode passar de uma existência fechada, muda, a um estado oral, aberto à apropriação da sociedade, pois nenhuma lei, natural ou não, pode impedir-nos de falar das coisas (BARTHES, 1980, p.131).

Barthes tem o conceito de que mito é uma falsa evidência, de uma mentira que é aceita por um grupo. O autor ainda chama a atenção para acontecimentos cotidianos, como por exemplo, esportes, notícias de jornais etc. Tudo aquilo de que as pessoas se ocupam na hora do entretenimento.

Para Barthes, não tem como explicar mitos sem falar sobre semiologia. A semiologia é o estudo dos signos e, assim, a mitologia faz parte da semiologia, já que a mitologia estuda a fala que tem um significado, “A

⁴ <http://enscultural.blogspot.com.br/2009/12/conceito-de-industria-cultural.html>

semiologia é uma ciência das formas, visto que estuda as significações independentemente do seu conteúdo” (BARTHES, 1980, p. 133).

Assim como na semiologia, em que Saussure usa o esquema significante/significado/signo, no mito, Barthes aplica esse mesmo conceito. Porém o sistema no mito é específico, pois é construído de uma cadeia semiológica já existente e, por isso, ele é um sistema secundário.

Pode constatar-se, assim, que no mito existem dois sistemas semiológicos, um deles deslocado em relação ao outro: um sistema lingüístico, a língua (ou os modos de representação que lhe são assimilados), a que chamarei *linguagem-objeto*, porque é a linguagem de que o mito se serve para construir o seu próprio sistema; e o próprio mito, a que chamarei *metalinguagem*, porque é uma segunda língua, *na qual* se fala da primeira (BARTHES, 1980, p.137).

Se o mito é um sistema de comunicação, ele tem alguma mensagem para passar, existe uma história a ser contada.

Alves (2006, p.40) explica que o que acontece é uma transformação do mito, já que ele é construído a partir de um sistema existente e logo ele toma outra forma que é adaptada e atribuída a um determinado sistema.

A mitologia tem quatro funções, de acordo com Joseph Campbell (1997, p. 239).

A primeira função servida por uma mitologia tradicional, eu a chamaria então de mística ou metafísica, a segunda, de cosmológica, e a terceira, de sociológica. A quarta, que se encontra na raiz de todas as três como e sustentação final, é a psicológica [...]

Ou seja, a função mística ou metafísica é quando o ser humano se reencontra com a própria verdade, quando ele se torna ciente da realidade. A segunda função, chamada de cosmológica, ou seja, como o universo é apresentado, algo associado à ciência e à religião da época,

Dentro de seu âmbito, todas as coisas deveriam ser reconhecidas como partes de um único grande quadro sagrado, um ícone, por assim dizer: as árvores, as rochas, os animais, o sol, a lua e as estrelas, todos remetendo de volta ao mistério e, desse modo, servindo

como agentes da primeira função, como veículos e mensageiros do ensinamento (CAMPBELL, 1997, p.238).

Na terceira função, denominada de sociológica, o homem não planeja a vida e não trabalha para conquistar objetivos por intervenção de seus próprios méritos das criações planejadas, e sim de que essas ordens estão estabelecidas eternamente e, mesmo que os tempos mudem, é impossível viver com as antigas leis e fé nesses tempos.

A quarta e última função, chamada de psicológica, é enraizada nas outras três. Ela forma, cria o ser humano ao seu alvo e meta de vida.

[...] existem todavia certos problemas psicológicos irreduzíveis inerentes à própria biologia da nossa espécie que permaneceram constantes e que, portanto, tenderam de tal forma a controlar e estruturar os mitos, e ritos a seu serviço que, apesar de todas as diferenças reconhecidas, analisadas e enfatizadas por sociólogos e historiadores, os mitos de toda a humanidade são penetrados pelos traços comuns de uma única sinfonia da alma (CAMPBELL, 1997, p 239).

Com o tempo as funções mudaram, mas as duas que sofreram grandes transformações foram a cosmológica e a social. Com a evolução do tempo, os avanços tecnológicos e mais conhecimento, a visão do ser humano muda em relação à vida, e as crenças são substituídas por perderem base e novas aparecem. Barthes explica que “[...] para ser efetiva, uma mitologia (para expor o assunto resumidamente) deve estar cientificamente atualizada, embasada em um conceito do universo que seja atual, aceito e convincente.” (CAMPBELL, 1997, p.242).

É natural do ser humano, sozinho ou em sociedade, ter alguém em especial para admirar, alguns buscam nas religiões, outros no trabalho, escola, e em certos casos nas celebridades, atores e cantores e o tornam como referencial, criando para si ou para a sociedade um mito.

4 – Visibilidade

4.1 - O público e o privado

Segundo Thompson (1995), a história ocidental de público e privado é muito antiga, na Grécia Clássica já havia debates sobre o assunto, quando cidadãos se reuniam para discutir sobre a *polis* e interesses em comum.

Com o início da era moderna, o conceito de público e privado começou a mudar. “Na divisão desse tema, temos vários sentidos, mas podemos separar dois básicos, o primeiro sentido é o de que o [...] “público” começou a significar atividade ou autoridade relativa ao estado e dele derivada, enquanto “privado” se referia às ações ou esferas da vida que eram excluídas ou separadas daquela” (THOMPSON, 1995, p. 110).

O limite entre público e privado se tornou muito frágil no final do século XIX, pois o Estado começou a interferir mais, controlando as atividades econômicas, e muitas pessoas então se juntaram e criaram instituições, grupos para pressionar o governo, como por exemplo, no século XXI grupos de defesa dos deficientes físicos, gays e lésbicas, dos animais entre outros.

O domínio privado inclui organizações econômicas privadas operando num mercado econômico e visando, de alguma maneira, fins lucrativos, como também uma vasta gama de relações pessoais e familiares que podem ser informais ou formalmente sancionadas pela lei (por exemplo, o matrimônio). O domínio público incluiu uma série de instituições estatais e paraestatais: das corporações legislativas, judiciais à polícia, serviços militares e secretos, dos serviços sociais a uma variedade de organizações de bem-estar; ele também inclui organizações econômicas de propriedade do estado, como as indústrias nacionalizadas e as empresas de utilidade pública (THOMPSON, 1995, p. 111).

Há ainda um domínio entre o público e o privado, e esse domínio não pertence a nenhuma das duas, que são organizações intermediárias. Alguns exemplos são: instituições de caridade, partidos políticos, associações de direito a igualdade (racial, sexual etc).

O segundo sentido que apareceu no discurso sociopolítico ocidental foi de que o público passou a ser aquilo que era acessível para todos e o privado o que não podia ser visto por todos, o que era feito em segredo.

De acordo com este sentido, “público” significa “aberto” ou “acessível ao público”. Público neste sentido é o que é visível ou observável, o que é realizado na frente de espectadores; o que está aberto para que todos ou muitos vejam ou ouçam. Privado é, ao contrário, o que se esconde da vista dos outros, o que é dito ou feito em privacidade ou segredo ou entre um círculo restrito de pessoas. [...] um ato público é um ato visível, realizado abertamente para que qualquer um possa ver; um ato privado é invisível, realizado secretamente atrás de portas fechadas. (THOMPSON, 1995, p.112).

Celebridades têm sua vida muito exposta e por muitas vezes seus atos, tanto os públicos, quanto os privados, são apresentados da mesma maneira, o que será relatado no próximo tópico.

4.1.1 - Celebridades

De acordo com a definição do dicionário Aurélio, a palavra celebridade significa: s. f. 1. Notabilidade, pessoa célebre. 2. Coisa extraordinária. 3. Fama, renome. Celebridades são pessoas conhecidas, famosas por algum motivo.

As celebridades estão incluídas na Indústria Cultural, que como já foi dito, tem sua base a partir do capitalismo. Chris Rojek afirma que “[...] o capitalismo exige que os consumidores desenvolvam desejo abstrato por bens de consumo.” (2008, p. 201), ou seja, a pessoa notória é um produto que é vendido ao grande público.

Celebridades por vezes são reinventadas para continuar desejadas e consumidas, e são humanizadas, aproximadas à realidade das pessoas. Muitas pessoas célebres, mesmo depois da morte, continuam sendo “consumidas” e adoradas.

Em muitos casos, o processo de envelhecimento funciona a seu favor, pois base de fãs envelhece com elas, de modo que as celebridades funcionam não

apenas como objetos de nostalgia que podem continuar sendo transformados em mercadoria pelo mercado. Os exemplos de Monroe, Dean, Presley, Lennon, Sinatra e da princesa Diana demonstram que a morte não é um impedimento para mais transformação em mercadoria. Uma vez tendo sido elevado e internalizado na cultura popular, o rosto público na verdade possui uma qualidade imortal que lhe permite ser reciclado, mesmo depois de ocorrida a morte física da celebridade. (ROJEK, 2008, p. 204).

Rojek explica (2008) sobre algumas distinções entre celebridades, notoriedade e renome. As celebridades têm algo a mostrar, enquanto o notório é aquele que faz algo que chame a atenção e o renome está ligado a alguém ou a alguma instituição. Ele ainda completa afirmando que atualmente muitas celebridades têm se envolvido em transgredir regras morais, como por exemplo, no uso e abuso de drogas, de álcool e violência.

Amy Winehouse se encaixa nas definições de celebridade, pois ela tinha algo a passar, no caso a música, que era o produto que ela vendia. Ela era também notória devido a inúmeros casos de quebras dos padrões aceitáveis pela sociedade, como o uso e abuso de drogas.

4.2 - Gafes e escândalos

Segundo Thompson (1995), com os novos meios de comunicação, como a internet, celulares com câmeras e filmadoras, máquinas fotográficas digitais, além da televisão e do rádio, a possibilidade de visibilidade tornou-se muito maior, e isso tem vantagens e desvantagens.

Mas a visibilidade é uma faca de dois gumes. Se os novos meios de comunicação criaram novas oportunidades para a administração da visibilidade, possibilitando aos líderes políticos uma exposição pública diante de seus reais ou potenciais eleitores, numa escala e intensidade que nunca existiram antes, eles também trouxeram novos riscos (THOMPSON, 1995, p. 126).

O que é dito às vezes por uma celebridade não é bem compreendido e isso nem sempre é possível controlar, e, como consequência, acaba gerando uma fragilidade. Assim a mensagem pode se virar contra ela, desestruturando a pessoa, causando algumas vezes gafes, escândalos ou acessos de raivas.

As gafes acontecem mais no dia-a-dia, nas situações do cotidiano e com os celulares com câmeras. Isso se tornou ainda mais problemático, pois não existe mais local “seguro”. A qualquer momento, a pessoa pode ser flagrada cometendo uma gafe ou tendo um acesso de raiva.

Gafe e acessos explosivos estão entre as fontes mais comuns de problemas para líderes políticos. Representam o fracasso do indivíduo em controlar completamente o próprio comportamento, e revelam que ele não possui um completo domínio da situação, de seus sentimentos, de suas ações ou expressões (THOMPSON, 1995, p. 127).

Apesar de se referir a líderes políticos, é possível transferir as reflexões de Thompson às celebridades de maneira geral, definidas no item anterior, com base em Rojek (2008). As gafes e os escândalos ocorrem, quando o sujeito não consegue se controlar, não consegue controlar o que faz com a situação em que se encontra e acaba sendo exposto ao grande público. Isso pode destruir a imagem ou a mensagem que se queria passar. Quando isso acontece, medidas de defesa são tomadas para tentar amenizar ou anular o efeito do escândalo.

Thompson afirma, “A gafe e o acesso explosivo, o desempenho de efeito contrário, o vazamento e o escândalo: são ocorrências que indicam a dificuldade de controlar completamente a própria visibilidade mediada”. (THOMPSON, 1995, p. 131). A gafe e o escândalo coincidem com a falta do autocontrole e devido à grande visibilidade, notícias, paparazzis que perseguem a pessoa em qualquer lugar ou hora do dia e da noite, acontecem os acessos de raiva contra eles, gerando as gafes e os escândalos. Apresentando o embasamento teórico deste trabalho, será esclarecido o método empregado na pesquisa.

5 - METODOLOGIA

O trabalho pretende analisar as matérias contidas na edição especial de colecionador da revista Rolling Stone Brasil sobre a cantora Amy Winehouse, e como podem contribuir para torná-la um mito. No livro “Metodologias de pesquisa em jornalismo”, Lago explica os vários tipos de métodos para uma pesquisa. A metodologia escolhida foi a análise de conteúdo. De acordo com a autora, a análise de conteúdo surgiu nos Estados Unidos em 1927, pelo cientista político e teórico da comunicação Harold Laswell. Contrapondo a teoria hipodérmica em que os meios de comunicação tinham total poder sobre o indivíduo, Laswell começou sua pesquisa. Nesse estudo, ele afirma que toda mensagem produz um efeito e causa sensação diferente em cada indivíduo, e cria questionamentos como: Quem? Diz o quê? Em qual canal? Para quem? Com quais efeitos?

A análise de conteúdo é uma metodologia para as ciências sociais para estudos de conteúdo em comunicação e textos, analisando a frequência de ocorrências de determinados termos, construções e referências em um dado texto:

Método de pesquisa que recolhe e analisa textos, sons, símbolos e imagens impressas, gravadas ou veiculadas em forma eletrônica ou digital encontrados na mídia a partir de uma amostra aleatória ou não dos objetos estudados com objetivo de fazer inferências sobre seus conteúdos e formatos (...) (LAGO, Metodologia de pesquisa em jornalismo, 2007, p. 127).

O interessante desse método é a pertinência com que se aplica ao tema. Ao se analisar as matérias da revista Rolling Stone Brasil sobre Amy Winehouse, roupas, modo de se comportar e agir perante o público e a imprensa, pretende-se verificar os conteúdos e sua imagem e o potencial dessa representação para as pessoas.

O procedimento metodológico utilizado será a leitura interpretativa das matérias da Revista Rolling Stone Brasil sobre a morte, vida e carreira da cantora Amy Winehouse da edição 59, do mês de Agosto de 2011 e da edição 63, do mês de Dezembro de 2011. Com base em pesquisa bibliográfica, serão verificados os fenômenos que fazem parte desse processo, tais como a indústria cultural, o mito, a celebridade, gafes e escândalos e o público e o privado.

6 - Amy Winehouse

Amy Jade Winehouse, conhecida artisticamente por Amy Winehouse, nasceu em Londres - Inglaterra, no dia catorze de setembro de 1983. Amy pertencia a uma família judia tradicional e com raízes no jazz, filha de pai taxista e mãe farmacêutica, e tinha um irmão. Ela estudou na *Ashmole School* (uma escola secundária, situada no Norte de Londres).

Aos dez anos de idade, Amy entrou em uma banda de Black Music chamada *Sweet 'n' Sour, as Sour*, mas não durou muito. Com 16 anos, Amy começou a se apresentar em pubs (bares com influência britânica) ao lado do amigo Tyler James, cantor de jazz. Amy mandou algumas fitas demo para a gravadora Island Records, e assim os produtores se interessaram pela voz marcante de "jazz" dela.

Em vinte de outubro de 2003, Amy Winehouse lança o primeiro álbum de estúdio, intitulado *Frank* em homenagem ao cantor Frank Sinatra. O cd é todo inspirado em jazz e composto por Amy e teve uma ótima receptividade da crítica especializada. *Frank* se sai muito bem nas paradas musicais da Inglaterra e de vários países, inclusive no Brasil, além de ser indicado a vários prêmios. Os singles (músicas de trabalho do álbum) foram: *Stronger Than Me*, *Take the Box*, *In My Bed/You Sent Me Flying* e *Pumps/Help Yourself*.

Já em 2006, Amy Winehouse lança o segundo álbum de estúdio, intitulado *Back to Black*. O cd foi um sucesso superior ao primeiro, foi a partir dele que Amy Winehouse ganhou projeção mundial. A sonoridade de *Back to Black* é uma mistura de jazz com soul e as letras falam de um relacionamento frustrado com o ex-namorado Blake Fielder-Civil, que veio a se tornar marido dela em 2007. Esse álbum foi premiado, indicado a seis categorias no Grammy Award (maior prêmio da indústria cultural internacional) e ganhou cinco Grammy's. *Back to Black* vendeu mais de 13 milhões de álbuns no mundo todo, foi o mais vendido em 2006, está na posição 48 dos álbuns femininos mais vendidos de todos os tempos, é o segundo mais comprado no Reino Unido e um dos discos mais bem colocados da década passada. Os maiores

sucessos são as canções: *Rehab*, *You Know I'm No Good*, *Just Friends*, *Love Is a Losing Game*, *Tears Dry on Their Own* e a música título que dá nome ao álbum, a faixa *Back to Black*.

Em 2007, Amy se casou com Blake Fielder-Civil, usuário de drogas assumido, a partir daí começaram os escândalos e gafes na vida pessoal de Amy, que ganhou destaque e ofuscou a vida profissional e as performances nos palcos. Ela começou a usar drogas, ter problemas com alcoolismo, anorexia e agressões, e chegou a ser presa por posse de drogas. Amy era vista descabelada, suja, com maquiagem borrada, o nariz branco com restos de cocaína e várias outras situações. Em 2009 Amy e Blake se separaram por infidelidade de ambos e, um tempo depois, Amy começou a namorar o diretor de cinema Reg Traviss, mas esse relacionamento durou pouco tempo. Por diversas vezes ela foi internada em clínicas de reabilitação.

No dia vinte e três de julho de 2011, Amy Winehouse foi encontrada morta em casa, em Londres. Uma perícia foi realizada para saber o motivo real da morte dela, e em 26 de outubro, o laudo atestou que Amy havia ingerido uma grande quantidade de álcool depois de um longo tempo de abstinência, a concentração de álcool encontrada no sangue da cantora foi alta e isso ocasionou a morte dela.

Amy estava produzindo um terceiro álbum desde 2008, mas o projeto foi abandonado por causa da vida pessoal conturbada e algumas músicas foram vetadas pela gravadora. Em 2011, mesmo ano da morte de Amy, a gravadora lançou uma compilação (coletânea musical) intitulada *Lioness: Hidden Treasures*, que também é um sucesso de vendas.

Esse álbum póstumo contém músicas que foram descartadas de álbuns anteriores, o *Frank* e o *Black to Black*, além de demos e uma faixa que ela gravou com Tony Bennet, intitulada *Body & Soul*, indicada ao Grammy 2012 na categoria de melhor música pop dueto/grupo/banda.

7 - Revista Rolling Stone

A Revista Rolling Stone tem um conteúdo voltado a cultura popular, música e política. Surgiu em 1967, nos Estados Unidos, na cidade de São Francisco, Califórnia, e nasceu como uma revista de protesto que ia contra a cultura, mas com o passar do tempo mudou, deixando o subversivo de lado, e começou a se enquadrar nos padrões jornalísticos. Atualmente sua sede é em Nova Iorque. O alvo da revista são os jovens que curtem os estilos musicais que estão em destaque como o pop e o rock.

7.1 - Revista Rolling Stone Brasil

A Revista Rolling Stone começou a ser publicada no Brasil a partir de 2006, com uma tiragem inicial de 100 mil exemplares. Com o mesmo nome, só acrescentando a palavra Brasil, atualmente tem 64 edições e uma tiragem de 75 mil exemplares, e as publicações são mensais.

7.2 - Amy Winehouse e Revista Rolling Stone Brasil

Amy Winehouse foi capa da Revista Rolling Stone Brasil duas vezes, na edição 24, em Setembro de 2008, e na edição 59, em Agosto de 2011, esta especial de colecionador, pelo falecimento da cantora. A edição 59 é cheia de matérias sobre ela, e após a morte, uma reportagem foi publicada na edição 63, em Dezembro de 2011.

Na edição de colecionador foi feito um especial de matérias sobre a Amy, contando a biografia, falando sobre as crises e publicações antigas foram resgatadas e publicadas novamente.

A edição 59, que é a de colecionador, contém os seguintes títulos: *Amy Winehouse 1983-2011*, *Uma Vítima de Seu Tempo*, *Amy Winehouse: a diva e seus demônios* e *Jornada Noite Adentro*. A edição 63, de Dezembro de 2011 apresenta: *Amy Winehouse: os Últimos Dias e as Canções Perdidas*. As

matérias, *Amy Winehouse 1983-2011, Uma Vítima de Seu Tempo, os últimos dias e as Canções Perdidas* serão analisadas, pois foram escritas após a morte de Amy Winehouse.

7.3 - Edição 59 – 2011 (Edição de Colecionador) Amy Winehouse 1983 – 2011. por Jenny Eliscu.

A matéria conta a vida da Amy Winehouse, em todos os aspectos, uma retrospectiva. Logo no começo o jornalista relata a felicidade de Amy que está com o marido e comemorando o casamento relâmpago dos dois e mostra a alegria da cantora e a fragilidade dela com as drogas quando o repórter relata:

Na lanchonete, ela levantou a cabeça e apontou para minha bochecha. "Você está com cílio bem ali", disse com doçura. "Tem de fazer um desejo. Eu o teria tirado para você, mas ia ser estranho se eu me esticasse e tocasse seu rosto." Seu gesto meigo foi tão desconcertante quanto seu estado obviamente alterado; e o pó branco visível em suas narinas, derivado de suas freqüentes idas ao banheiro, era perturbador. (ROLLING STONE BRASIL, 2011).

Amy é descrita na matéria como sendo “de uma natureza doce e maternal, agregada a um infinito apetite por autodestruição”.

Ao discorrer sobre a morte da cantora, é relatado como e onde o corpo dela foi encontrado e como seus pais estavam empenhados em mostrar que a filha tinha morrido em decorrência do álcool em excesso, e que tinha sofrido uma convulsão. Ainda relata que os pais disseram que ela tinha vencido o vício em drogas há três anos. O velório foi em uma cerimônia particular, apenas com a presença dos amigos. Interessante de se destacar é como o pai da celebridade disse que ela estava dias antes da morte,

“Os médicos disseram que era impossível, mas ela conseguiu. Ela estava se empenhando muito em lidar com o alcoolismo e tinha acabado de completar três semanas de abstinência.” Mitch contou aos presentes que Amy não estava deprimida, e que a filha passou a noite anterior no apartamento dela, feliz, cantando e tocando bateria. (ROLLING STONE BRASIL, 2011).

Durante a matéria, Amy é retratada como uma menina feliz, que estava se recuperando e que poderia voltar a ser como era antes. No texto algumas palavras como “meigo” e “doce” são colocadas estrategicamente localizadas no segundo parágrafo, logo após o relato de uma atitude da Amy, de tirar o cílio do entrevistador e por ela estar visivelmente alterada por uso de drogas. Essas palavras não se repetem durante o texto, mas são marcantes, ainda mais em uma revista especial de colecionador, por justamente ser logo após a morte dela e ser uma artista de nível global.

No texto existem aspas da cantora britânica Adele, de grande sucesso do momento, que por diversas vezes foi comparada a Amy Winehouse, o que traz um apelo maior justamente por elas serem britânicas e por muitas vezes serem confrontadas também. Adele elogia Amy e lembra que ela abriu portas para outras cantoras do mesmo estilo musical. Essa comparação entre as duas realça a importância de ambas, principalmente de Amy, pois uma cantora nova, mas de grande sucesso mundial como Adele estava elogiando e, de certa forma, agradecendo Amy.

Em outros momentos a voz de Amy é comparada com grandes vozes do mundo musical, como Sarah Vaughan, Billie Holiday e até Janis Joplin, e ela também é comparada com outros grandes músicos que morreram com a mesma idade, aos 27 anos, como Jimi Hendrix, Jim Morrison, Brian Jones (dos Rolling Stones) e Kurt Cobain, exaltando Amy Winehouse como uma grande diva, e como um possível mito. Barthes já havia dito no livro *Mitologias* que o mito não se perde no tempo,

O que o mundo fornece ao mito é um real histórico, definido, por mais longe que se recue no tempo, pela maneira como os homens o produziram e utilizaram; e o que o mito restitui é uma imagem natural deste real (BARTHES, 1980 p. 163).

Outro ponto destacado nessa matéria é o abuso de drogas e entorpecentes. Drogas são citadas como: maconha, álcool, pó branco fazendo referência à cocaína, heroína, crack, bebida alcoólica, entre outras, mostrando

a face frágil de uma mulher que é uma grande artista. No sexto parágrafo, o jornalista fala de como Amy tirava sarro, era divertida e, logo em seguida, menciona das drogas que ela usava um contraste da Amy cantora com a Amy mulher.

Nessa publicação, a representação de Amy Winehouse é descrita a partir da figura que ela passou durante toda a vida, sempre é destacada a fragilidade de Amy Winehouse quanto ao abuso de drogas, aos relacionamentos anteriores, ao casamento conturbado e à família, mostrando essa outra imagem da cantora. A descrição de Amy é toda baseada no que já havia sido mostrado sobre ela. Barthes fala como a imagem é forte e conta mais do que a escrita, “[...] a imagem é certamente mais imperativa do que a escrita” (BARTHES, 1980, p.131).

O visual retrô da Amy é descrito por Eliscu, no 12º parágrafo, como forte e marcante, “grande voz e visual de menina má” e “diva tatuada de cabelo emaranhado em um penteado ao estilo sessentista do *beehive*⁵, massacrando canções de amor desesperado”, novamente remetendo à imagem dela, com esse visual forte. Essa figura forte é o grande diferencial dela como produto da indústria cultural, que ajudava na comercialização do produto Amy Winehouse.

O membro típico de audiência seleciona, entre as variedades que o meio oferece, aquelas mercadorias que estão de acordo com seus gostos existentes e de maneira característica evita a exposição de outros tipos de material. (KLAPPER *apud* COHN, 1978, p.168)

Pelo grande apelo e representação forte, Amy era uma produto em evidência e escolhida por muitos e seu material era consumido por essa audiência, dentre tantos outros elementos que a indústria disponibiliza para a população.

Por todos esses motivos, como imagem forte e um produto de qualidade que a ela produzia, Amy era “objeto” disputado e consumido.

⁵ Em português: Em forma de colméia. Fonte:

<http://michaelis.uol.com.br/moderno/ingles/index.php?lingua=ingles-portugues&palavra=beehive>

7.4 - Edição 59 – 2011 (Edição de Colecionador) Uma Vítima de Seu Tempo - Com a privacidade escancarada e estimulada a viver sempre nos limites, Amy Winehouse também se viciou em alimentar a própria lenda ao seu redor. por Por Paulo Terron.

Nessa segunda matéria, o foco são os shows da última turnê, que começou no Brasil. O esperado para essas apresentações de Amy era a gafe, pois ela vinha de uma sequência de shows desastrosos, onde se mostrava completamente insegura e com medo, e por isso foi comparada a uma ovelha jogada aos leões na reportagem. Nesse episódio, a imagem de Amy é novamente ligada à de uma mulher extremamente frágil.

Algo muito interessante é enfatizado, de que, em certo momento raro do show, Amy mostra-se forte e confiante, onde reproduz um gesto que marcou a carreira. É quando suas mãos se separam e ela coloca uma mão na cintura. Esse gestual é uma marca registrada de Amy, como por exemplo Elvis Presley passando a mão para trás no enorme topete, são atitudes que se tornam símbolos e que são ligadas às pessoas, são lembradas quando se fala no nome do artista. Essa imagem de gesto como marca registrada ajuda a identificar signos constituintes da representação mítica de Amy Winehouse.

O cansaço de Amy era visível nesses últimos shows, antes da turnê ser cancelada, pois sua vida pessoal havia ganhado um grande destaque na imprensa, tomando assim o espaço do que realmente importava, a sua voz, sua música e a sua carreira. Amy subia aos palcos visivelmente alterada, tinha perdido o controle da própria imagem, e estava tentando recuperar esse controle.

Como já foi dito, de acordo com Thompson, escândalos tornam-se problemas para pessoas públicas. As gafes e acessos explosivos não acontecem somente com políticos, mas com todos os que têm destaque na sociedade, com os que aparecem com frequência na mídia, e isso é comum com artistas do meio musical, como Amy Winehouse.

A vida pessoal de Amy ganhou tanta força que as pessoas acompanhavam mais os escândalos que a envolviam do que as notícias sobre trabalhos. A imprensa, no modo geral, também dava mais ênfase para os deslizes dela. Ela estava sempre nos holofotes da mídia, mas de uma forma negativa. Thompson afirma que o destaque é perigoso, pois os meios de comunicação dão uma exposição pública gigantesca e por muitas vezes, sem controle.

Mas a visibilidade é uma face de dois gumes. Se os novos meios de comunicação criaram novas oportunidades para a administração da visibilidade, possibilitando aos líderes políticos uma exposição pública diante de seus reais ou potenciais eleitores, numa escala e intensidade que nunca existiram antes, eles também trouxeram novos riscos. (THOMPSON, 1995, p. 126).

A visibilidade para uma figura pública tem os pontos positivos como a perceptibilidade do seu trabalho. No caso de Amy, as canções, e os pontos negativos seriam gafes cometidas, exposição da vida íntima, escândalos etc.

A imagem de Amy tinha escapado das mãos dela, “Os indivíduos dependem cada vez mais dos próprios recursos para construir uma identidade coerente para si mesmos.” (THOMPSON, 1995, p. 181). Amy já não tinha mais o auto-controle da imagem pública, seu nome já era ligado a vexames e a situações constrangedoras.

Um exemplo do desequilíbrio da imagem de Amy, foi quando ela concorreu ao Grammy, ela não pôde comparecer, pois estava com problemas judiciais e o visto dela foi negado para ir aos Estados Unidos. Sua imagem já estava ligada a escândalos e ia contra ela, “O fenômeno da visibilidade pode escapar de suas rédeas e, ocasionalmente, pode funcionar contra eles.” (THOMPSON, 1995, p. 126).

Amy é comparada na matéria com Elvis Presley e Marilyn Monroe, pois esses dois citados também tiveram vidas turbulentas, mas viveram em épocas em revistas de fofocas e celebridades tinham menos alcance. Segundo o autor da matéria, o jornalista Paulo Terron cita que os tablóides não tinham tanto

destaque e não eram tão consumidos na época de Presley e Monroe, como nos dias de hoje e por isso não teriam suas imagens tão machucadas e altamente exploradas de maneira sensacionalista como ocorreu com a Amy .

Winehouse era constantemente provocada, aonde ela ia sempre tinha algum fotógrafo ou jornalista atrás dela, fazendo com que ela, por vezes, se descontrolasse. Ela era aclamada, elogiada, endeusada e ao mesmo tempo criticada, julgada e condenada, como na matéria:

Amy Winehouse, por sua vez, foi uma vítima de seu próprio tempo, criticada e estimulada na mesma proporção a viver sempre nos limites e expor sem pudores os seus defeitos. E, mesmo quando exibiu seus breves momentos de brilhantismo (como naquela hoje histórica noite em São Paulo), ela não conseguiu se agarrar à libertação - das substâncias, das pressões externas e dela mesma. (ROLLING STONE BRASIL, 2011).

Amy Winehouse é um fenômeno recente da música, surgiu na era digital, da internet, numa época em que qualquer pessoa possui um celular que tira foto e, com apenas alguns cliques, essa imagem já está na rede e todos podem ver. Sua vida desregrada gerava curiosidade nas pessoas e ela era constantemente provocada, seguida por *paparazzis*, sempre cercada, não tinha como esconder suas falhas. Mesmo quando no meio dessa situação toda ela conseguia mostrar o trabalho e realizá-lo com qualidade, ele já não era tão notado e apreciado como os escândalos da vida pessoal.

7.5 - Edição 63 – Dezembro de 2011 - Amy Winehouse: os Últimos Dias e as Canções Perdidas - Como o vício em álcool tirou a vida da cantora – e as grandes músicas inéditas que ela deixou para trás. por David Browne.

Amy está a caminho de ser eternizada no mundo da música, pois mesmo após a morte ela é lembrada e sempre citada. As notícias sobre o falecimento da cantora foram acompanhadas até o momento que o inquérito foi instaurado, onde revelaram o motivo da morte dela. Nesta matéria, expõem-se trechos do resultado do laudo e também relatos da médica de como Amy estava antes de falecer. O segurança dela conta como a cantora se encontrava

horas antes de morrer. Novamente é dito que Amy morreu por ingestão excessiva de álcool, pois a mesma havia parado de usar outras drogas.

Na matéria é citado como nos últimos shows Amy ficou muito abalada e triste consigo mesma e, por isso, resolveu parar de usar drogas, tentando assim dar a volta por cima e mudar a imagem para ela e para os fãs. Mas já estava tão desgastada na mídia em geral que acabou surgindo um efeito negativo ligado ao nome dela.

Em 1948, Berelson, meditando sobre o que era então conhecido, chegou a conclusão precisa ou talvez caprichosa de que “certos tipos de *comunicação*” em certos tipos de *questões*, levados à atenção de certo tipo de *pessoas* sob certas *condições* produzem certos tipos de *efeitos*. (KLAPPER *apud* COHN, 1978, p.163).

Amy sempre foi notícia, aonde ela ia, mas em algumas condições cometia deslizes, como quando era perseguida por fotógrafos da imprensa marrom, que queriam apenas um flagra negativo dela para publicar e essa exposição era rapidamente lançada ao grande público, por revistas diárias especializadas em celebridades e também na internet.

Ainda é dito na matéria como Amy Winehouse entrou pra história, e que é um referencial na música, através de um depoimento do produtor musical Salaam Remi que era grande amigo dela:

Algum jovem vai pegar um álbum de Amy e dizer: ‘Isto é muito inspirador’. O modo como ela se inspirava em gente como Billie Holiday”, diz ele, “ela tirava inspiração de gente que havia partido antes de ela nascer, e ela inspirará pessoas que ainda nem nasceram. (BROWNE, 2011, Edição 63 – Dezembro de 2011 - Amy Winehouse: os Últimos Dias e as Canções Perdidas - Como o vício em álcool tirou a vida da cantora – e as grandes músicas inéditas que ela deixou para trás.)

A ideia de que Amy Winehouse servirá de grande inspiração para gerações posteriores mostra como ela é um ícone e como a revista sugere que ela pode se tornar um mito após a morte.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo desta análise foi verificar matérias sobre a morte de Amy Winehouse e como este conteúdo é o suficiente para a mitificação dessa mulher polêmica e com uma imagem forte.

Os estudos dessas matérias na revista Rolling Stone Brasil sempre citam a cantora britânica Amy Winehouse como uma mulher extremamente talentosa e que marcou época, mas o interessante é que, ao mesmo tempo, a pessoa Amy Winehouse é retratada como uma menina doce, meiga e frágil.

Não foi apenas a revista Rolling Stone que ajudou a dar destaque a Amy Winehouse, toda a sua trajetória de vida e da carreira foram os grandes fatores para isso. Mas a revista e a mídia, de uma maneira geral, contribuíram para que a cantora adquirisse importância e destaque.

A revista acompanhou Amy Winehouse desde a época em que a cantora britânica surgiu para o grande público e sempre publicou matérias sobre ela, mas o enfoque dado a Amy na morte foi imenso. Amy ganhou uma edição especial, ou seja, uma edição inteira só para discorrer sobre ela, desde o começo até o final da vida. E mesmo após a morte, meses depois ainda publicaram outra matéria falando sobre a mesma, sobre o trabalho dela e grandes nomes da música como a novata Adele e o grande cantor Tony Bennett afirmaram a influência e a grande perda que foi para o mundo da música a morte de Amy Winehouse.

Falou-se muito da genialidade e sucesso que Amy Winehouse conseguiu e também sobre a decadência na vida pessoal que ela teve nas matérias da Rolling Stone Brasil, o que mostra a grande montanha-russa que foi a vida toda de Amy, sendo comparada a Elvis Presley e Marilyn Monroe, que foram grandes nomes, grandes artistas em suas respectivas épocas e se tornaram imortais pelo tempo, se tornaram mitos.

Conforme os estudos desenvolvidos nesta pesquisa, a construção de um mito se dá por muitos fatores, como a importância e significação do cidadão para alguém ou para a sociedade, os feitos, as qualidades e também defeitos, gestos e expressões peculiares se tornam marcas exclusivas. O tempo só reforça e mostra quem de verdade fica e só com o passar dos dias, meses, anos, que algo se eterniza.

A indústria cultural é de extrema importância nesse processo de “mitificação” do indivíduo célebre, pois a pessoa se torna um produto, que é comercializado e “comprado” pela grande massa. Sua imagem tem projeção de longo alcance, seja regional, nacional ou mundial. Todos esses fatores contribuem para a criação de um mito.

Amy Winehouse está a caminho de se tornar um mito, ela deixou um legado, músicas marcantes que tocam a alma de muitos e isso ficou claro após a precoce morte da cantora britânica, aos 27 anos de idade.

REFERÊNCIAS

LIVROS

BARTHES, Roland. **MITOLOGIAS**. 4ª edição. São Paulo – Rio de Janeiro: DIFEL/DIFUSÃO EDITORIAL S/A, 1980.

CAMPBELL, Joseph. **Mitologia na vida moderna: ensaios selecionados de Joseph Campbell**. Rio de Janeiro: Editora Rosa dos tempos, 2002

COHN, Gabriel. **Comunicação e Indústria Cultural**. 4ª edição. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1978.

ROJEK, Chris. **Celebridade**. Rio de Janeiro: Editora ROCCO, 2001.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** 2ª edição. São Paulo: Editora Edições Loyola, 2005.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade – Uma teoria social da mídia**. 3ª edição. Petrópolis: Editora Vozes, 2001.

WOLF, Mario. **Teorias das Comunicações de Massa**. 3ª edição. São Paulo: M. Fontes, 2008.

DISSERTAÇÃO

ALVES, Carolina Assunção e. **NARRADORES DE JAVÉ: UMA ANÁLISE SEMIOLINGÜÍSTICA DO DISCURSO FÍLMICO**. 104 páginas. UFMG, Belo Horizonte, 2006.

INTERNET

BROWNE, David. Revista Rolling Stone Brasil. Edição 63 - Dezembro de 2011. Amy Winehouse: os Últimos Dias e as Canções Perdidas. Disponível: <http://rollingstone.com.br/edicao/edicao-63/amy-winehouse-os-ultimos-dias-e-cancoes-perdidas>. Acesso em: 14/março/2012.

ELISCU, Jenny. Revista Rolling Stone Brasil. Edição 59 - Agosto de 2011. Amy Winehouse 1983-2011. Disponível: <http://208.84.240.108/edicao/59/amy-winehouse-1983-2011>. Acesso em: 14/março/2012.

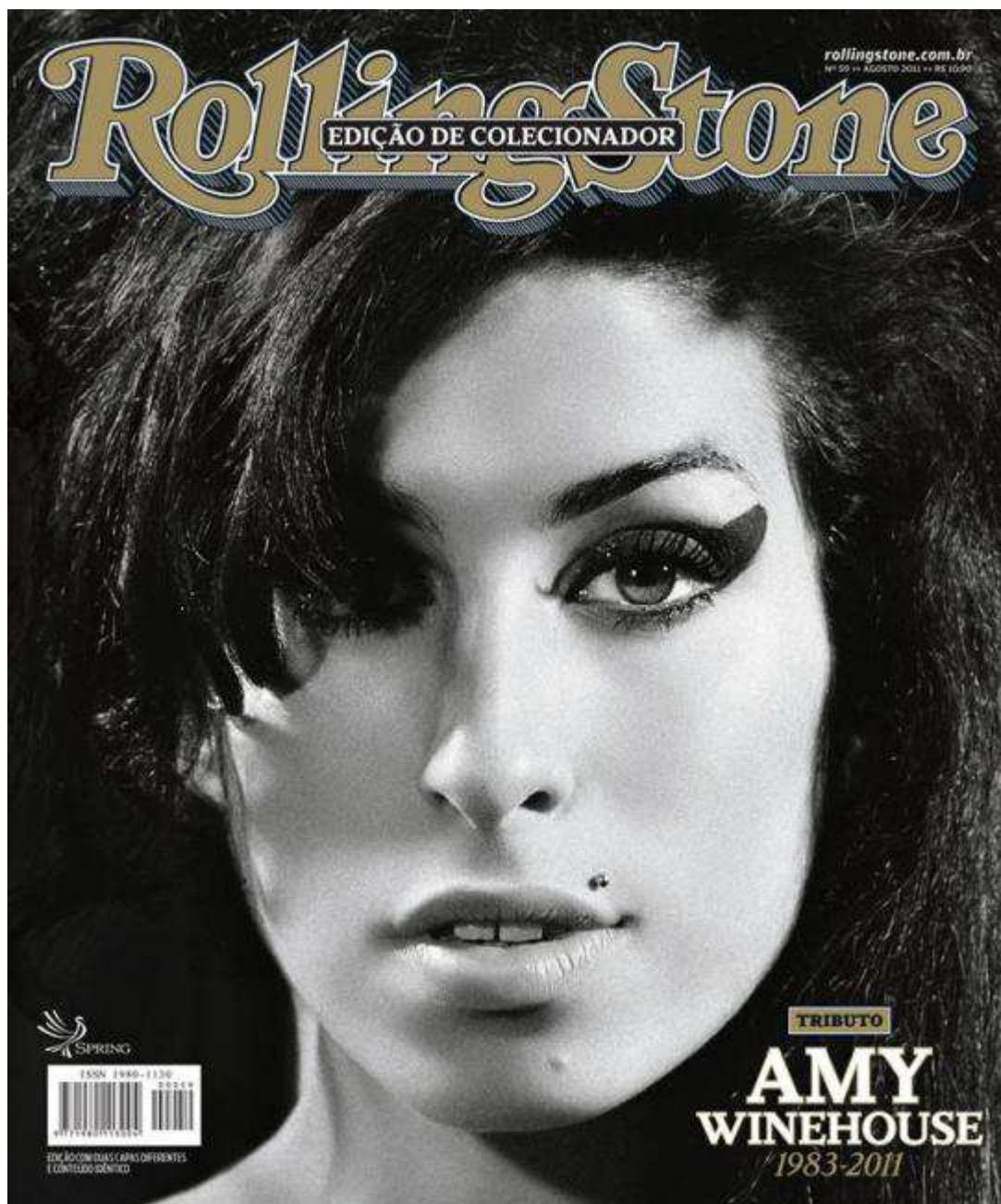
MARINS, Fernanda. Ensaio Cultural. CONCEITO DE INDÚSTRIA CULTURAL. Disponível: <http://enscultural.blogspot.com.br/2009/12/conceito-de-industria-cultural.html>. Acessado em: 02/maio/2012.

TERRON, Paulo. Revista Rolling Stone Brasil. Edição 59 – Agosto de 2011. Uma vítima do seu tempo. Disponível: <http://rollingstone.com.br/edicao/59/uma-vitima-de-seu-tempo>. Acesso em: 14/março/2012. ELISCU, Jenny. Revista Rolling Stone Brasil. Edição 59 - Agosto de 2011. Amy Winehouse 1983-2011. Disponível: <http://208.84.240.108/edicao/59/amy-winehouse-1983-2011>. Acesso em: 14/março/2012.

WINEHOUSE, Amy. Site oficial brasileiro. Disponível: <http://www.amywinehouse.com.br/>. Acessado em: 16/março/2012.

ANEXOS

Capa da edição 59 (Edição de colecionador)



Capa 2 da edição 59 (Edição de colecionador)



Amy Winehouse 1983-2011



por JENNY ELISCU

Sentada em uma popular lanchonete em Miami, a chuva caindo lá fora, Amy Winehouse e o novo marido dela, Blake Fielder-Civil, tinham razões de sobra para comemorar. "Rehab" prosseguia em sua escalada rumo ao topo das paradas e o casal havia dado uma escapada, naquela manhã, para se casar. Quando chegou o gigantesco coquetel frozen de morango que ela havia pedido, Winehouse se deleitou com a extravagância do drinque: "Ele se chama Big Pinkarita!"

Eu estava entrevistando Amy para uma matéria de capa da *Rolling Stone*, em 2007, e a havia encontrado cinco dias antes, em Toronto (Canadá). O casamento foi uma surpresa, já que na primeira ocasião ela estava inconsolável depois de uma briga feia com

Fielder-Civil. Na lanchonete, ela levantou a cabeça e apontou para minha bochecha. "Você está com cílio bem ali", disse com doçura. "Tem de fazer um desejo. Eu o teria tirado para você, mas ia ser estranho se eu me esticasse e tocasse seu rosto." Seu gesto meigo foi tão desconcertante quanto seu estado obviamente alterado; e o pó branco visível em suas narinas, derivado de suas frequentes idas ao banheiro, era perturbador. "Eu cuido das pessoas", ela disse mais tarde. "Sou muito leal. Muito defensora. Sempre vou estar apoiando alguém."

Esta era a Amy que amigos e família conheciam: de uma natureza doce e maternal, agregada a um infinito apetite por autodestruição. Tudo terminou tragicamente em seu apartamento, em Londres, no dia 23 de julho, quando Amy Winehouse foi encontrada morta, aos 27 anos. A polícia determinou a morte da cantora como inexplicada enquanto espera o resultado dos exames toxicológicos, mas os pais dela acreditam que o falecimento foi causado por um ataque de convulsão provocado por uma tentativa brusca e radical de abandonar o álcool, depois de uma desastrosa volta às turnês em junho. Há três anos, Amy venceu a dependência das drogas, declarou o pai, Mitch Winehouse, durante o funeral, no dia 26 de julho, em Londres, do qual participaram amigos como Kelly Osbourne e o produtor Mark Ronson. "Os médicos disseram que era impossível, mas ela conseguiu. Ela estava se empenhando muito em lidar com o alcoolismo e tinha acabado de completar três semanas de abstinência." Mitch contou aos presentes que Amy não estava deprimida, e que a filha passou a noite anterior no apartamento dela, feliz, cantando e tocando bateria.

Enquanto *Back to Black*, o incrível e definitivo segundo álbum da cantora, disparava para o Top 10, multidões se reuniam do lado de fora da casa dela em Camden, criando um memorial improvisado com flores, pinturas, cigarros e garrafas de vodca. "Ela sabia do que era capaz e não precisava nem se esforçar", escreveu Adele, cujo sucesso atual nas paradas dificilmente seria possível se Amy Winehouse não lhe tivesse aberto as portas. "Se ela queria fazer algo, fazia, e, se não queria, mandava se foder. Amy abriu o caminho para artistas como eu."

A voz de Amy era rouca, tórrida e triste - como um coração partido marinado em uísque e fumaça de cigarro. Soava como se viesse de outro tempo, ecoando Sarah Vaughan, Billie Holiday e até Janis Joplin, que, como Jimi Hendrix, Jim Morrison, Brian Jones (dos Rolling Stones) e Kurt Cobain, também morreu aos 27. "Nunca vi nenhum outro artista improvisar como se alguém estivesse enfiando uma faca em seu coração", diz o vocalista de apoio de Amy (e amigo íntimo), Zalon Thompson. "Quando ela cantava, era como se saísse de seu diário. Soava muito simples, mas ela conseguia estabelecer uma conexão. Ela era uma verdade ambulante."

Back to black nasceu clássico, com uma mistura espantosa de R&B moderno e retrô com apelo para uma grande gama de fãs de música, vendendo mais de dez milhões de cópias no mundo todo. A primeira música de trabalho, "Rehab", era Amy Winehouse em sua essência: tiradora de sarro, desafiadora, autodepreciativa e, de certa forma, esperançosa. Ela nunca se desculpou por seus demônios pessoais e, com o sucesso de "Rehab", chegou a fazer deles um cartão de visitas. Era explícita quanto a seus abusos de crack, heroína e álcool, e criava o caos por onde passava, da sua aparição totalmente chapada no quiz show *Never Mind the Buzzcocks* à ocasião em que protestou contra Bono enquanto ele recebia um prêmio, gritando: "Cala a boca! Estou pouco me fodendo!"

Quando Amy tinha 22 anos, conheceu Fielder-Civil, um assistente de produção de clipes, e o intermitente relacionamento dos dois pareceu aflorar o que já era uma personalidade frágil. Fazer shows se tornou secundário comparado ao tempo que ela passava se preocupando com seu amor; as separações anteriores haviam sido devastadoras para ela, inspirando os momentos mais soturnos de *Back to Black*, como "Wake Up Alone", uma dolorosa balada tão entristecedora quanto seu título sugere. "Me senti terrível pelo modo como nos tratávamos", ela disse depois do casamento. "Achei que nunca mais nos veríamos. Agora só quero me divertir e ficar com o meu marido." O plano foi por água abaixo: um ano depois, Fielder-Civil foi sentenciado a 27 meses de prisão, acusado de agressão e suborno.

Amy Winehouse cresceu em Southgate, Londres, uma criança judia de pais trabalhadores criada à base dos clássicos standards do pop cantados por Frank Sinatra e Dinah Washington. Os pais, Mitch, um taxista, e Janis, uma farmacêutica, casaram-se aos vinte e poucos anos e se separaram quando Amy tinha 9. Embora ela e o irmão mais velho, Alex, tenham vivido a maior parte do tempo com Janis, Amy se considerava a garotinha do papai - uma tatuagem em seu ombro direito inclusive carregava a frase "Daddy's Girl". Enquanto estávamos em Toronto, em 2007, Mitch também esteve na cidade por alguns dias, e Amy deixava claro como adorava mimá-lo, fazendo um sanduíche de peru e pepino que ele disse lembrar uma mistura de matzo com banana que ela costumava fazer para ele. "Eu era uma criança bem besta, bem hiperativa", ela disse na época.

Aos 10, Amy formou uma dupla de rap inspirada no Salt-n-Pepa, chamada Sweet 'n Sour, com a melhor amiga, e começou a brincar com o violão do irmão alguns anos mais tarde. "Quando consegui um pouco de dinheiro, comprei um para mim, assim podia tocar sempre que quisesse", ela disse. "Sempre escrevi poesias e coisas do tipo, por isso compor não era algo assim tão espetacular." Ela demonstrou o talento promissor em sua passagem pela Sylvia Young Theatre School, e estudou artes performáticas e algumas outras coisas por um curto período na renomada Brit School, a mesma que Adele viria a frequentar mais tarde. Fez um piercing no nariz, começou a fumar maconha e cabular aula, e largou os estudos aos 15 anos.

Amy começou a cantar com uma banda de jazz aos 16 e a se apresentar sozinha, só ela e o violão, poucos anos mais tarde. Não demorou até que um amigo oferecesse horas gratuitas de estúdio para que ela gravasse algumas demos, mas ela ficou perplexa: "Eu não pensava que saber cantar era algo especial", disse. "E não entendia que podia ir até um estúdio sem pagar nada e escrever o que eu quisesse. Eu simplesmente não entendia o porquê."

Em 2001, ela assinou um contrato de empresariamento com a 19 Entertainment, do criador do *American Idol*, Simon Fuller, mais um contrato de publisher com a EMI e outro com a gravadora

Island. Mais tarde, naquele mesmo ano, foi a Miami gravar seu primeiro álbum com Salaam Remi, que havia produzido músicas para Nas e Fugees. "Ela veio, se sentou e eu perguntei: 'Então, o que você faz?'" , recorda Remi, que continuou trabalhando com a cantora até a morte dela. "Ela pegou um violão, começou a cantar 'Garota de Ipanema' e basicamente iluminou a sala toda." Seu jazzístico disco de estreia, *Frank* (2003), recebeu elogios entusiasmados da crítica e prêmios em seu país, incluindo uma indicação ao Mercury Music Prize e o Ivor Novello Award na categoria composição.

Apesar da força, o primeiro álbum mal dava pistas da grandeza de seu futuro sucessor. Em *Back to Black*, Amy Winehouse passou por uma espantosa transformação: de uma convenientemente bela e promissora artista para uma diva tatuada de cabelo emaranhado em um penteado ao estilo sessentista do beehive (no Brasil, "bolo de noiva"), massacrando canções de amor desesperado. Ela começou a sair com Fiedler-Civil em 2005, frequentando seu costumeiro bar em Camden, botando discos clássicos de grupos femininos e da Motown para tocar na jukebox, jogando sinuca, e, especialmente, bebendo. Ela atribuiu a mudança de seu som - do jazz para o R&B carregado nos anos 60 de *Back to Black* - à transição da maconha para o álcool.

"Eu costumava fumar muita erva", ela declarou à *Rolling Stone*. "Acho que se você tem uma personalidade propensa ao vício, pula de um veneno para outro. Toda a mentalidade da erva é muito hip-hop, e, quando gravei meu primeiro disco, tudo o que eu ouvia era hip-hop e jazz. A mentalidade da erva é muito defensiva, muito 'vai se foder, você não me conhece'. Enquanto a mentalidade do álcool é muito 'oh, eu te amo, vou deitar no meio da estrada por você, nem me importo se você nunca nem olhar para mim, sempre vou te amar'."

Amy voltou a se reunir com Remi para algumas das faixas de *Back to Black*, mas o toque de mestre foi a parceria com o produtor Mark Ronson, que havia construído uma reputação como DJ, mas tinha começado produzindo músicas para Lily Allen, Sean Paul e Christina Aguilera. Ronson recrutou os oito membros da big band Dap-Kings para servir de apoio a Amy Winehouse em faixas como "You Know I'm No Good" e "Rehab", transmitindo um ar retrocool autêntico, perfeitamente adequado ao estilo dela. "Era óbvio que ela sabia a diferença entre o que soava bom e o que era ruim", diz Binky Griptite, guitarrista do Dap-Kings, que excursionou com a cantora em 2007 e de quem virou amigo. "Ela tinha bom gosto. Isso é incrivelmente raro. Há muitos artistas cuja coleção de discos não vai além de cinco anos atrás. Você tem de saber um pouco de história, e ela sabia. Por isso estamos aqui sentados falando sobre ela."

Ronson viu a cantora de grande voz e visual de menina má como parte de uma tradição que remetia aos anos 60. "As Shangri-Las tinham esse tipo de atitude: garotas jovens do Queens vestindo jaquetas de motoqueiro", ele declarou à *Rolling Stone* na época. "Amy tem um visual cool pra caralho, é brutalmente honesta em suas músicas. Faz tanto tempo desde que alguém no mundo do pop deu as caras e reconheceu seus próprios defeitos, já que todo mundo está tentando tanto projetar a perfeição. Mas Amy diria algo como: 'É, eu enchi a cara e caí. E daí?' Ela não é de se autolouvar e não está atrás de fama. Ela tem sorte de ser boa, porque não precisa ser." Quando soube da morte de Winehouse, Ronson expressou seu doloroso choque pelo Twitter dizendo: "Ela era minha alma gêmea musical e como uma irmã para mim. Este é um dos dias mais tristes da minha vida".

A exposição sofrida por Amy Winehouse devido ao crescimento vertiginoso de sua fama e a obrigação de excursionar para divulgar o álbum dela aceleraram o seu declínio. "Ela estava sempre questionando seu próprio talento", diz Dougie Charles-Ridler, um amigo de longa data e proprietário do Hawley Arms, um dos pubs favoritos da cantora. "Ela tomava uma tequila ou uma taça de vinho só para acalmar os nervos. E passou a precisar de mais conforme o tempo foi passando. E perdeu o controle." A vulnerabilidade dela era óbvia para as pessoas mais próximas. "Houve uma vez, durante a turnê de *Back to Black*, em que o gerente de turnê estava procurando Amy, e ela estava duas horas atrasada", acrescenta Charles-Ridler. "De repente, alguém bateu à minha porta. Abri, e era Amy. Ela correu, pulou na minha cama e se escondeu debaixo das cobertas. Ficou claro pra mim: ela estava com medo."

Amy Winehouse voltou brevemente a uma clínica de reabilitação no começo de 2008, depois que o tabloide britânico *The Sun* publicou um vídeo em que ela aparecia fumando crack, mas

posteriormente declarou a Claire Hoffman, da *Rolling Stone*, que usou drogas durante todo o tempo que passou na instituição. Assim que Amy ganhou seus cinco Grammys em fevereiro, aceitando a premiação via satélite por problemas de visto, o foco começou a mudar do esperado próximo álbum para a expectativa de seu próximo colapso público.

Durante a separação de Fielder-Civil após o encarceramento do marido, as coisas pioraram. Em um incidente bizarro, surgiu no YouTube um vídeo mostrando uma Amy chapada e o notório ex-vocalista do Libertines, Pete Doherty, brincando com ratos brancos recém-nascidos, as unhas dela cobertas do que parecia ser uma resina preta. Mas ela continuava espantosamente franca, apesar do batalhão de paparazzi acampado em frente à casa dela (e a quem ela ocasionalmente pedia favores). "Para ser honesta, meu marido está longe, estou entediada, sou jovem", declarou à *Rolling Stone*. "Senti como se não houvesse mais razão para viver. Tem sido uma fase ruim."

Mas, no começo de 2009, Amy parecia estar bem melhor. Ela viajou para a ilha caribenha de Santa Lúcia, onde ficou por vários meses e, segundo consta, se livrou das drogas pesadas. A silhueta ossuda começou a ganhar curvas, e a vida na ilha pareceu reviver seu espírito. Ela criou laços fortes com os moradores locais, em particular com Marjorie Lambert, a proprietária de 57 anos do Marjories Beach Bar & Restaurant, uma graciosa cabaninha feita de bambu e madeira, cuja especialidade é frutos do mar ao estilo creole e ponche de rum. Ocupando quartos no vizinho Cotton Bay Village Resort and Hotel, Amy encontrou um tipo de privacidade que nunca havia conhecido em Londres. Às vezes ela tocava alguma música no piano branco no lobby do resort ou surpreendia os turistas cantando músicas de *Back to Black* na máquina de karaokê. Amy ficou tão próxima de uma das seis netas de Lambert, uma menina de 8 anos chamada Dannika, que começou a especular sobre adotar a criança. E, quando um amigo de Lambert estava sofrendo por causa de uma hérnia e não podia pagar a operação, Amy se ofereceu para arcar com o custo de US\$ 6 mil. "Ela ajudou muita gente aqui", diz Lambert. "Era amiga de todos e amava as crianças. Ela ficava por aí exatamente como a gente, sentada, comendo junto, rindo junto, contando piadas, sabe?"

Amy e Fielder-Civil finalmente romperam no início de 2009, quando ele entrou com o pedido de divórcio, depois do surgimento de fotos dela com um outro homem em Santa Lúcia. Os dois se divorciaram legalmente em agosto (Fielder-Civil voltou à prisão recentemente para cumprir uma sentença de 32 meses por roubo e posse de armas). E no ano passado Amy Winehouse demonstrou mais sinais de avanço, voltando a fazer dupla com Ronson para gravar uma cover do sucesso de Lesley Gore de 1963, "It's My Party", para um álbum de tributo a Quincy Jones, e pareceu saudável e feliz durante a sessão. Ela se manteve ocupada com outras atividades e também fundou um selo, o Lioness, para lançar as músicas de sua afilhada, Dionne Bromfield, uma cantora adolescente de soul, que segue os passos da madrinha. Em março deste ano, ela se juntou a Tony Bennett no Abbey Road Studios para gravar o standard do jazz dos anos 30 "Body and Soul" para o futuro álbum do cantor, *Duets II*. "Ela era uma musicista com uma rara intuição como vocalista", disse Bennett. "Era uma pessoa adorável e inteligente, e quando gravamos juntos, ela nos deu uma performance emocionante e extraordinária."

Por mais que gostasse de Camden, o duro distrito onde Amy havia vivido desde que se mudou da casa da mãe não era um bom lugar para fugir dos maus hábitos. Dias depois da morte, alguns moradores locais dizem que os excessos da artista não eram assim tão ruins, comparados com os deles próprios. "As pessoas normalmente tacham Camden Town como um lugar onde viciados se juntam, almas perdidas", diz Richard Osley, do *Camden New Journal*. "Havia um carinho dos frequentadores de Camden com relação a Amy. Se ela era uma desajustada, era a desajustada deles. Todos se sentiam do mesmo modo: vizinhos, o jornaleiro local, o café, a casa de kebabs Marathon, onde ela aparecia tarde da noite, e assim vai. É por isso que as pessoas torciam para que ela se recuperasse."

Enquanto planejava uma turnê de 12 datas pela Europa neste ano, Amy Winehouse se internou na clínica Priory, em Londres, para uma avaliação de reabilitação, segundo consta, a pedido do pai. A clínica a liberou uma semana depois, permitindo que ela completasse o resto do tratamento fora da instituição para que pudesse excursionar. Seu representante divulgou uma declaração dizendo que Amy Winehouse estava agora ansiosa por seus shows pela Europa no verão e empolgada para viajar.

"Antes de ela partir, tudo parecia bem - ela fez um show no 100 Club [*em Londres*], um grande show", confirma Charles Ridler, do pub Hawley Arms. "E ela parecia realmente para cima. A cor de seu rosto estava bem melhor e ela parecia ter ganhado peso, e era como a velha Amy novamente."

Mas o primeiro show da turnê, no Kalemegdan Park, em Belgrado, Sérvia, no dia 18 de junho, foi um desastre. Diante de um público de 20 mil pessoas, uma visivelmente embriagada Amy errava as letras das músicas, perdia suas deixas e ocasionalmente parava por completo de cantar enquanto os vocalistas de apoio prosseguiam. A plateia começou a vaiar, e Amy arremessou um sapato de volta. Em 21 de junho, depois que imagens em vídeo da performance se espalharam pela internet, o representante de Amy anunciou que a cantora estava "se retirando de todas as performances agendadas", cancelando as 11 datas restantes e dizendo: "Todos os envolvidos desejam fazer todo o possível para que ela volte à sua melhor forma e daremos a ela quanto tempo for necessário para que isso aconteça". A última aparição pública aconteceu a menos de uma semana antes da morte, quando Amy Winehouse surgiu no palco durante um show de Dionne Bromfield na London Roundhouse, dançando por perto enquanto Dionne cantava "Mama Said", das Shirelles. Ela parecia sóbria, mas nervosa, menos como uma leoa e mais como uma garotinha.

Para os fãs, um consolo é a possibilidade de que haja mais músicas além das poucas dúzias de faixas lançadas por ela durante a vida. Há sobras de *Back to Black* que poderiam, talvez, ver a luz do dia. É sabido também que Amy Winehouse estaria trabalhando com Remi, uestlove, Raphael Saadiq e outros em um próximo álbum. Quando Hoffman a visitou pela *Rolling Stone*, Amy descreveu que tipo de disco tinha em mente: "Quando as músicas estiverem prontas, serão todas atmosféricas e legais como estas [*de Back to Black*]. Elas podem ser como as das garotas que ando ouvindo, como as Shangri-Las".

E ela ansiava por dias melhores. Remi diz que Amy supostamente compareceria ao casamento de seu primeiro empresário, Nick Shymansky, no dia seguinte à morte dela, e que ele, ela e Nas estavam planejando férias juntos em Barbados para celebrar o aniversário do rapper e da cantora, que ocorreriam no mesmo dia, 14 de setembro. "Na verdade, estivemos trabalhando no terceiro álbum pelos últimos três anos aqui em Londres, em Barbados, na Jamaica e em Santa Lúcia", diz Remi. "Nos falávamos pelo Skype regularmente, por duas ou três horas. Ela estava melhor do que há três anos, com certeza, e em outro clima. Ela se foi, mas o que ela fez vai viver para sempre."





Uma Vítima de Seu Tempo

Com a privacidade escancarada e estimulada a viver sempre nos limites, Amy Winehouse também se viciou em alimentar a própria lenda ao seu redor.



por **POR PAULO TERRON**

Quando Amy Winehouse subiu ao palco da Arena Anhembi, em São Paulo, em 15 de janeiro deste ano, grande parte da plateia presente já sabia o que queria da cantora: o fracasso. As notícias vindas de outras cidades brasileiras nas quais ela havia se apresentado dias antes - Florianópolis, Rio de Janeiro e Recife - não colaboravam na melhoria do clima. A britânica realmente não estava em sua melhor forma. Cabisbaixa (quando não fixava o olhar perdido no infinito) e esfregando as mãos e os braços sem parar, Amy parecia tentar se esconder justamente

atrás de seu instrumento de projeção profissional, o microfone. Na abertura do show vieram, de cara, versões medianas de três hits do álbum *Back to Black*: "Just Friends", "Back to Black" e "Tears Dry on Their Own". O público recebeu as canções com algum entusiasmo, só que a verdadeira empolgação só vinha quando a cantora cambaleava ou passava a mão no nariz, ações que ela repetiria inúmeras vezes durante a noite. Amy Winehouse - despreparada e obviamente desgastada física e psicologicamente - era como uma ovelha indefesa, atirada a três dezenas de milhares de leões implacáveis, ansiosos e sedentos por sangue.

Então, algo incrível aconteceu: a banda engatou em uma versão de "Boulevard of Broken Dreams", sucesso na voz de Tony Bennett nos anos 50, e parecia que os deuses da música haviam descido àquele palco para soprar entusiasmo dentro de Amy. A plateia paulistana reagiu à onda de energia com gritos, e a cantora sorriu. Dançando de forma sensual, mas contida, ela acariciou o microfone. As mãos até se afastaram, uma delas parando na cintura - uma pose que viria a definir a imagem icônica de Amy Winehouse. Aquela artista no palco, nos minutos seguintes, parecia ser a cantora que conquistou o mundo com seu carisma e que, praticamente sozinha, catapultou a música soul de volta para o mainstream.

O momento se prolongou com a triste balada "I'm on the Outside (Looking in)", de Little Anthony & the Imperials. Enquanto cantava sobre não querer "ficar trancada do lado de fora", Amy casualmente arrumava seu famoso penteado ("furtado" da lenda Ronnie Spector, das Ronettes), bagunçado pelo vento, quase sempre com uma segurança que faria falta a ela nos meses seguintes, até o cancelamento súbito da turnê, em Belgrado, na Sérvia. Mas em São Paulo, ao final da canção, Amy Winehouse ergueu a caneca que usava para beber um líquido não identificado como se brindasse aquele grande momento com a plateia. Uma pequena vitória contra os leões.

Só que o repertório rapidamente voltou à sequência tradicional dos últimos tempos, com "Some Unholy War", e o frescor daquelas versões - ensaiadas especialmente para a turnê que começou com aqueles shows no Brasil (e acabaria sendo a última da carreira da artista) - se dissipou ao mesmo tempo que o interesse de Amy. O que é compreensível, porque existe um segredo que os músicos não costumam compartilhar com os fãs: fazer turnê é um saco. São horas e horas de viagens, filas no aeroporto, hotéis inócuos e, o pior, tendo de cantar o mesmo repertório, noite após noite. E Amy Winehouse já cantava aquelas músicas desde 2007, pausando apenas para virar

notícia em tabloides e sites sensacionalistas ("Ela colocou seios de silicone"; "Foi vista caindo de bêbada!"; "Brigou com o namorado na frente das câmeras"). Ao longo dos anos, as informações sobre um possível novo disco de Amy foram se tornando pequenas notas complementares em artigos muito maiores sobre qualquer outro tipo de baixaria.

Com o foco alterado para a vida pessoal, a cantora só podia tentar se explicar. Ela sabia que tinha uma personalidade de dependente e que não tinha como evitar seus "venenos", como ela mesma declarou certa vez à *Rolling Stone*. Era exatamente este o caso: enquanto Amy pulava de um vício para o outro (e aqui podemos encaixar também os relacionamentos amorosos obsessivos, combustíveis não só de *Back to Black*, mas também de seu antecessor, *Frank*, de 2003), o público e a imprensa se viciavam em acompanhar as oscilações daquela vida publicamente julgada como desregrada e, conseqüentemente, errada. A imagem de artista talentosa deu lugar à fama de rainha da baixaria.

Amy Winehouse jamais escondeu o interesse pelo que era noticiado sobre ela. Frequentemente era fotografada comprando os tabloides e discutia os escândalos com amigos que - dentro de um círculo vicioso praticamente inquebrável - vendiam as informações para a imprensa. Não havia mais limites ou controle: completamente alterada, Amy surgia pela noite londrina sem pudor algum (em uma das vezes foi fotografada chorando, de sutiã, cambaleando pela rua). Nascia ali, diante das câmeras e dos flashes, mais um vício: o de viver e alimentar a lenda ao redor dela própria. Na cola de tudo isso, ela acumulava problemas de saúde (o pai dela, Mitch - ele mesmo nada avesso à imprensa - chegou a citar enfisema pulmonar e problemas cardíacos sofridos pela filha) e com a Winehouse não pôde participar da cerimônia nos Estados Unidos, já que as pendências na Justiça fizeram com que tivesse o visto de viagem negado.

Elvis Presley e Marilyn Monroe, donos de personalidades tão viciadas quanto a de Amy, possivelmente teriam o mesmo destino trágico se estivessem no auge de sua carreira atualmente. Como viveram e morreram antes da ascensão dos tabloides e da internet (e, conseqüentemente, do julgamento imediatista e implacável das redes sociais), ambos ficaram preservados no panteão do pop de forma quase imaculada.

Amy Winehouse, por sua vez, foi uma vítima de seu próprio tempo, criticada e estimulada na mesma proporção a viver sempre nos limites e expor sem pudores os seus defeitos. E, mesmo quando exibiu seus breves momentos de brilhantismo (como naquela hoje histórica noite em São Paulo), ela não conseguiu se agarrar à libertação - das substâncias, das pressões externas e dela mesma.



Amy Winehouse: os Últimos Dias e as Canções Perdidas

Como o vício em álcool tirou a vida da cantora – e as grandes músicas inéditas que ela deixou para trás



por DAVID BROWNE

Na primavera de 2009, Amy Winehouse e o produtor Salaam Remi estavam trabalhando no novo estúdio que ela havia construído no sótão de sua casa, em Londres, no bairro de Camden. Tocando guitarra e cantando em um pequeno microfone, Amy executou uma poderosa versão de “A Song for You”, a dolorosa balada de Leon Russell sobre os arrependimentos de um artista. Enquanto cantava, ela começou a chorar. “É como se ela estivesse literalmente cantando sobre si mesma”, lembra Remi. “Ela estava realmente se entregando.”

Esta gravação é o tocante desfeicho de *Lioness: Hidden Treasures* (a ser lançado neste mês), um conjunto de faixas inéditas e versões alternativas englobando toda a carreira da cantora, compilado por Remi e

pelo outro produtor-chave de Winehouse, Mark Ronson, junto com a família da artista.

As notícias do álbum surgiram menos de uma semana depois da declaração dos legistas no tribunal de Camden, finalmente determinando a causa da morte da cantora. Enquanto os pais de Amy Winehouse, Mitch e Janis, permaneciam sentados no tribunal, a legista Suzanne Greenaway declarou que a artista morreu no dia 23 de julho por causa de uma “desventura” – um termo legal britânico para causas acidentais. Um patologista atestou que a quantidade de álcool encontrada no corpo de Amy (de pouco mais de um metro e meio) estava cinco vezes acima do limite para dirigir, mais ou menos o equivalente a 12 drinques.

O inquérito revelou novos detalhes trágicos sobre os últimos dias de Amy. De acordo com a médica pessoal dela, Cristina Romete, a britânica ficou sóbria por boa parte de julho, mas voltou a beber no dia 20 do mesmo mês. A médica a viu pela última vez às 19 horas, na noite em que a cantora morreu. “Ela estava calma e coerente”, lembrou Cristina. “Estava um pouco alta, eu diria, mas não estava falando enrolado e era capaz de conversar normalmente.” Embora Winehouse tenha se consultado com um psicólogo, Cristina Romete atestou que ela “era contra qualquer tipo de terapia... Ela tinha seus próprios pontos de vista e estava muito determinada a fazer tudo a seu modo”.

Uma das razões pelas quais Amy Winehouse tentou parar de beber foi um catastrófico show em Belgrado, em 18 de junho. Durante a primeira data de sua planejada turnê europeia, a cantora tropeçou nas palavras, esqueceu as letras e acabou caindo e chorando no palco. “Amy viu que havia decepcionado a todos na Sérvia e se sentiu muito mal por isso”, diz uma fonte próxima à família Winehouse. “Isso a levou a um período de abstinência do álcool.”

O segurança dela, Andrew Morris, confirmou que na noite de sua morte, Amy Winehouse estava

ouvindo música e assistindo à TV em casa. Ele a viu às 2h da manhã, quando foi dormir, e de novo às 10h da manhã, quando a encontrou ainda dormindo. Mas, às 15h, Amy Winehouse não estava mais respirando. Os paramédicos foram chamados e a declararam morta. Três garrafas de vodka vazias foram encontradas no quarto.

Durante a audiência, Mitch Winehouse falou apenas uma vez para confirmar o nome e o endereço de sua filha. Mais tarde, a família divulgou uma declaração: “Traz um tanto de alívio ter finalmente determinado o que aconteceu com Amy. Entendemos que havia álcool em seu corpo quando ela se foi – provavelmente um acúmulo de álcool em seu sistema por um certo número de dias. A corte ouviu que Amy estava lutando duro para vencer seus problemas com o álcool e é motivo de muita dor para nós que ela não tenha vencido desta vez”.

Devido a seus problemas com drogas e bebida, Amy havia terminado somente duas músicas do álbum sucessor de *Back to Black* (2006), embora tenha deixado muitas faixas incompletas no decorrer dos anos. Em *Lioness*, duas músicas revelam a direção que ela estava seguindo musicalmente. Gravada em 2008, “Between the Cheats”, sobre seu então marido, Blake Fielder-Civil, refina a mistura de pop retrô e moderno. “Like Smoke” conta com participação do amigo Nas, que acrescentou seus versos depois da morte, cantando em forma de rap: “Why did God take away the homey?” (“Por que Deus levou minha camarada?”) e “I’m a firm believer that we all meet up in eternity” (“Creio firmemente que todos nós nos encontraremos na eternidade”).

Quando o álbum foi montado pela primeira vez, as expectativas da gravadora Universal e da família eram baixas. “Mitch primeiro me disse: ‘Posso precisar ter de sair da sala depois de algumas músicas’”, diz Remi. “Ele esperava ouvir um desastre. A mesma coisa com a gravadora. Mas, quando eles ouviram, disseram: ‘Espera, tem algo acontecendo aqui’.”

De fato, o álbum é surpreendentemente coeso, polido com vocais de apoio e cordas acrescentados postumamente. Uma Amy Winehouse de 18 anos demonstra seu precoce domínio do escorregadio fraseamento derivado do jazz no clássico da bossa nova “Garota de Ipanema”, em gravação de 2002. Outros pontos altos incluem uma cover de 2004 para o standard “Will You Still Love Me Tomorrow” (The Shirelles), e uma releitura reggae de “Our Day Will Come”, de Ruby and the Romantics (que revela a dívida de Amy Winehouse com Lauryn Hill). Uma vez que a artista havia falado em gravar um álbum de jazz com o baterista do Roots, Ahmir “Questlove” Thompson, o músico foi chamado para acrescentar a bateria a “Halftime”, que ficou de fora de *Frank* (2003).

O disco também inclui a última gravação conhecida da cantora, um dueto com Tony Bennett no clássico “Body and Soul”, gravado em março deste ano em Londres. “Ela entrou direto no balanço do jazz, e a gravação saiu linda”, diz Bennett. “Eu queria falar com ela para convencê-la a deixar as drogas, mas não tive chance.”

Poucos dias antes de sua morte, Amy Winehouse conversou com Remi via Skype, fazendo planos de comparecer ao casamento do ex-empresário dela, Nick Shymansky. “Ela estava bastante empolgada”, diz o produtor. “Foram piadas e conversas sobre o que ela ia vestir.” Remi jamais voltou a vê-la. “Algum jovem vai pegar um álbum de Amy e dizer: ‘Isto é muito inspirador’. O modo como ela se inspirava em gente como Billie Holiday”, diz ele, “ela tirava inspiração de gente que havia partido antes de ela nascer, e ela inspirará pessoas que ainda nem nasceram”.

